图书情报工作
第62卷 第17期 2018年9月


# 移动社交媒体环境下青少年用户错失焦虑症特征提取*

叶凤云[1] 沈思[2] 李君君[3]
[1] 安徽大学管理学院 合肥 230601 [2] 南京理工大学经济管理学院 南京 210094
[3] 杭州电子科技大学管理学院 杭州 310018

**摘要**：[目的/意义]移动社交媒体环境下青少年用户的错失焦虑症(FoMO)问题愈加普遍和严重,提取出移动社交媒体环境青少年用户 FoMO 的关键特征,为未来构建一套稳健而实用的 FoMO 测量量表建立基础。[方法/过程]采用关键事件分析和深度访谈两种质性研究方法获取原始信息资料,并利用 NVivo 11 软件对访谈资料进行编码,提取移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键特征。[结果/结论]从情境、目的、行为、结果和心理 5 个维度提取出由 50 个节点构成的移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 关键特征。

**关键词**：移动社交媒体 青少年用户 错失焦虑症 FoMO 特征
**分类号**：G209
**DOI**：10.13266/j.issn.0252-3116.2018.17.012



## 1 引言

随着媒体技术和应用环境的变化,人们对社交媒体的使用频率和依赖程度激增。在能实时获取海量信息的新兴媒体环境下,许多用户产生了害怕错过相关信息的现象即错失焦虑症(Fear of Missing Out,FoMO)。已有一些关于社交媒体环境下的 FoMO 的初步研究,J. Wortham 提出 FoMO 是负面情绪和沮丧感的部分来源,因为它会让人们怀疑自己是否在生活中做出了最佳选择[1];M. Morford 提出社交媒体与 FoMO 问题的结合可能与一些不幸事件有潜在联系[2];M. Vandenbeele 等提出青少年的 FoMO 可能导致其产生社交媒体成瘾行为[3],FoMO 已被证明是智能手机成瘾的预测因素[4];C. Montag 等的研究表明过度沉迷微信与成瘾会影响相关的脑区结构[5];英国皇家公共卫生学院 2018 年发布的《社交媒体与年轻人精神健康报告》显示,91%的 16-24 岁用户使用社交媒体获得更多情感支持的同时导致焦虑、抑郁和缺少睡眠,年轻人对社交媒体的沉迷已经超过烟和酒[6]。

依赖性作为用户信息行为的重要驱动力,会导致用户在具体行为表现上的反复,譬如反复查看手机、频繁登录社交媒体、持续沉溺于网游等[7]。随着依赖性程度的逐步增强,移动社交媒体用户可能从最初的轻度依赖者转化为重度依赖者,由 FoMO 问题逐步发展成网络成瘾问题;而 FoMO 问题相较于成瘾问题来说,在依赖程度方面处于初级阶段,较易从环境变量的角度进行早期干预和调节,从而避免发展成严重的成瘾问题。

CNNIC(中国互联网络信息中心)于 2018 年 1 月发布的第 41 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2017 年 12 月,我国手机网民规模达 7.53 亿,微信朋友圈、QQ 空间、微博等社交应用的使用率分别达到 87.3%、64.4% 和 40.9%。2018 年 4 月发布的《教育部办公厅关于做好预防中小学生沉迷网络教育引导工作的紧急通知》强调各地要充分认识预防中小学生沉迷网络的极端重要性和现实紧迫性。近期,抖音等新兴移动社交媒体在青少年中风靡一时,引起社会各方关注的同时,FoMO 问题也被进一步加剧和催化,但目前对移动社交媒体 FoMO 相关问题的研究仍不够深入和系统。

在此背景下,如何准确测度移动社交媒体环境下青少年用户的 FoMO 程度成为重要的研究课题。笔者拟在现有 FoMO 相关研究基础上,采用访谈和关键事件分析法提取出移动社交媒体环境下青少年用户 Fo-

* 本文系国家社会科学基金青年项目"体验视角下网络信息服务的用户采纳行为及质量评价研究"(项目编号:14CTQ024)研究成果之一。
作者简介:叶凤云(ORCID:0000-0003-4466-109X),副教授,博士;沈思(ORCID:0000-0003-1915-2664),讲师,博士;李君君(ORCID:0000-0002-5215-324X),副教授,博士,通讯作者,E-mail:admire185@126.com。
收稿日期:2018-03-15 修回日期:2018-06-06 本文起止页码:96-103 本文责任编辑:徐健

MO 的基本特征,为未来构建稳健的 FoMO 实测量表建立基础,具体的研究思路为:首先利用关键事件法从情境、目的、行为、结果和心理 5 个维度设计获取移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 相关信息的访谈提纲,选择频繁使用移动社交媒体的青少年用户进行预访谈获取预访谈资料;接着,结合 FoMO 概念和预访谈资料,筛选出符合特定特征的青少年用户作为正式访谈对象,采取逐步纵深式访谈的方式获取详细的访谈资料;然后,利用在线词频分析工具和 NVivo 11 软件对访谈资料进行分析和编码,从情境、目的、行为、结果和心理 5 个维度提取出移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键特征。

## 2 FoMO 的概念及其相关研究

### 2.1 概念

2011 年,著名营销传播品牌 JWT 智威汤逊的研究部门 JWT Intelligence 将 FoMO 定义为"没能了解朋友正在做的事、知道的事,或者没能知晓朋友所拥有的更多甚至更好的东西会感到不安并且这种不安有时非常强烈"[8];认知心理学家 A. K. Przybylski 等首次对社交媒体方面的 FoMO 进行学术探索[9],将 FoMO 界定为"当个体在其缺席的事件中未能获得想知道的经历时所产生的一种广泛存在的焦虑心理,主要表现为渴望持续了解他人正在做什么";赵宇翔等将 FoMO 界定为"人们借助或依赖各类移动智能终端开展一系列用户信息行为,包括浏览、搜索和社交等,从而与现实世界或虚拟世界保持即时连接,当这种即时连接无法得到满足的时候,人们会在潜意识或心理上产生一系列不同程度的焦虑情绪,包括不适、不安、烦躁或恐慌等症状"[7]。

结合已有的 FoMO 概念及相关研究成果,笔者认为 FoMO 由人们在潜意识或心理上的焦虑情绪和因焦虑情绪所引起的一系列具体行为、行为结果及心理特征共同构成,故将移动社交媒体环境下用户的 FoMO 界定为:在移动互联网环境下,人们习惯于借助或依赖各种移动社交媒体与外部世界保持即时连接,当这种即时连接无法得到满足的时候,人们会在潜意识或心理上产生一系列不同程度的焦虑情绪;为了缓解自身的焦虑情绪,人们使用各种移动社交媒体所产生的各种行为及由此所产生的实际结果和心理影响。

### 2.2 测量量表及相关研究

A. K. Przybylski 等运用主成分分析和潜在特质理论分析方法最早构建出由 10 个题项构成的 FoMO 测度量表[9];B. Hato 在 Przybylski 量表的基础上开发出衡量人们在一般情况、社会活动、家人/朋友紧急情况、重要新闻标题、工作/学校相关问题等 5 种情境下查看手机频繁程度的 C-FoMO 量表[10];D. Alt 在 Przybylski 量表的基础上形成由社交 FoMO(6 个题项)、新闻信息 FoMO(3 个题项)和商业信息 FoMO(4 个题项)等 3 部分组成的 FoMO 测度量表[11];J. P. Abel 等对先前所有 FoMO 量表题项进行结合和评估后形成了包含不适、烦躁、焦虑、自尊等因素的初步量表(37 个题项),利用问卷样本的因子分析开发出包含 10 个题项的 FoMO 心理基础测量量表[12];宋小康等采用专家咨询和因子分析方法,构建了包含心理动机、认知动机、行为表现和情感依赖 4 个维度涉及 16 个相应指标的移动社交媒体环境下用户 FoMO 测量量表[13]。

另外,一些学者应用 Przybylski 量表进行了相关实证研究,F. S. Yin 等在探索社交网站用户持续使用意愿的关键影响因素时,从 Przybylski 量表中选择 7 个题项作为 FoMO 变量的测量题项,对台湾 Facebook 用户进行调查分析,结果显示用户的 FoMO、享受显著正向影响其 SNS 网站的持续使用意愿[14];D. Elhai 等直接以 Przybylski 量表作为 FoMO 变量的测量题项,从亚马逊 MTurk 劳动力市场招募 308 名参与者进行调查分析,结果显示 FoMO 显著影响人们对智能手机的使用[15];I. Beyens 等从 Przybylski 量表中选择 9 个题项作为 FoMO 变量的测量题项,对青少年用户进行调查分析,结果显示青少年的 FoMO 与压力显著影响其对 Facebook 的使用,FoMO 在青少年的媒体使用与幸福感方面起重要作用[16];C. Lai 等结合神经生物学脑电活动图像研究了 FoMO 与社会包容经验和社会排斥经验之间的相关关系[17];S. L. Buglass 等研究了用户持续及频繁使用 SNS 与 FoMO 的关系[18];F. Gil 等在 Przybylski 量表的基础上开发了由 10 个题项组成的西班牙语 FoMO 测量量表[19],U. Oberst 等将该西班牙语测量量表作为测度 FoMO 变量的题项,对 1 468 名年龄 16-18 岁的拉丁美洲社交媒体使用者进行调查分析后显示 FoMO 和 SNS 使用强度对移动 SNS 使用产生的负面后果和精神病理学存在机制不同的影响[20]。

通过对 FoMO 相关研究的简要综述,笔者发现目前的 FoMO 量表相关研究存在以下特点:①Przybylski 等的 FoMO 量表由于简洁、易用,作为 FoMO 变量的指标在许多社交媒体的相关实证研究中得到了应用和检验,产生了重要的学术影响;但该 FoMO 量表针对传统社交媒体用户所设计,而移动社交媒体环境下用户呈

现出与传统社交媒体用户不同的特征，其在移动社交媒体环境下的适用性有待检验；②人们通常将依赖程度和焦虑程度作为判断错失焦虑症或是成瘾的标准，在以 Przybylski 量表为代表的已有研究成果中，用户使用社交媒体的情境、具体行为、心理特征及由此引起的行为结果等能够直接反映用户 FoMO 程度的指标在量表中均没有体现，即已有的 FoMO 量表皆不适合用作实际测度移动社交媒体用户 FoMO 程度的量表。因此，在相关研究基础上提取出移动社交媒体环境下用户的 FoMO 特征，为未来设计移动社交媒体环境下用户 FoMO 程度的实测量表建立基础无疑是非常必要和紧迫的任务。

## 3 研究设计与数据编码

### 3.1 研究方法与研究工具

3.1.1 质性研究方法 质性研究方法是一种基于描述和分析、不依赖量化资料、遵循"解释主义"路线的方法，在收集资料的方式、理论的形成方式（归纳法）以及理解的视角等方面优于其他研究方法[21]。基于此，笔者选用关键事件分析和深度访谈两种质性研究方法获取原始信息资料，并利用 NVivo 11 软件对访谈资料进行分析和编码，提取移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键特征。

（1）关键事件分析。关键事件分析法由美国学者 J. Flanagan 和 R. Baras 于 1954 年提出，是通过特定程序收集受访者印象深刻的关键事件，进行内容分析后将之归纳到某个框架体系中去的方法[22]。

STAR 法作为关键事件分析的一种常用方法，通过访谈获得录音资料和文字资料后，从资料中识别出关键事件，并在分析关键事件发生的前提、原因、过程、情境、结果后对这些信息资料进行分类和归纳。STAR 法从以下 4 个方面来描述事件：S 是 Situation——情境，要求受访者描述事件发生时的具体情境；T 是 Target——目的，要求受访者描述发生事件的原因；A 是 Action——行为，要求受访者描述当时采取的具体行为；R 是 Result——结果，要求受访者描述采取这个行动后获得的结果。

笔者采用 STAR 法设计访谈提纲对移动社交媒体用户进行深度访谈，获取设计 FoMO 量表的原始访谈资料，并从访谈资料中提取移动社交媒体用户 FoMO 的关键特征。

（2）深度访谈。深度访谈会产生对某具体问题或经验的深入探究，一直是各种不同类型的质性研究所采用的一种有用的数据搜集方法[23]，其本质是引发每个访谈对象对经验进行解释[24]，从而对具体问题进行深入探究。

笔者按照深度访谈的要求结合访谈提纲所设计的开放性问题，让受访者能够以一种很少在日常生活中出现的方式描述和反思使用移动社交媒体的相关经验。在访谈过程中，访问者聚焦访谈问题，尽量引发受访者对相关问题的细致讨论；访问者的主要任务是聆听、敏锐地观察和认真地记录，并在访谈过程中进行必要的引导。

3.1.2 NVivo 11 软件 NVivo 软件是澳大利亚 QSR 公司开发的一款定性方法和混合方法研究的软件[25]，主要适合分析纵向研究、行为研究、内容分析、对话分析、人类学、文献回顾及上述多种方法混合使用的定性研究数据，国外许多学者都曾将其用于质性研究[26]。NVivo 11 相比于该软件之前的版本，功能更全面、计算更准确，有助于提高研究的严谨性和科学性[27]。

借助 NVivo 11 软件，对深度访谈所获得的访谈资料进行编码和统计分析。

### 3.2 研究过程

3.2.1 资料获取

（1）访谈提纲设计。在相关文献的基础上，结合 STAR 法根据研究目标从情境、目的、行动、结果和心理 5 个方面设计引导性问题作为半结构式访谈提纲，具体为：①使用移动社交媒体的情境，包括使用移动社交媒体时自身所处的状态、使用时间点、使用频率和使用时长等；②使用移动社交媒体的目的，包括在工作/学习/娱乐/交流等过程中使用移动社交媒体的心理动机和内在意图；③使用移动社交媒体的具体行为，如浏览朋友圈、查看即时通信信息、查阅公众号、发布/分享/转发/回复信息等；④使用移动社交媒体的结果，包括对生活/工作/学习/社交等产生的实际影响；⑤使用移动社交媒体前后的心理感受。

访谈提纲设计后选择 8 名频繁使用移动社交媒体并有焦虑感的用户进行预调查，通过预调查获得的访谈资料提取出判断用户存在 FoMO 问题的 3 种关键行为特征：①经常刷微博/微信/QQ 空间/抖音等，把移动社交媒体上感兴趣的新内容全部看一遍，保证不会有遗漏；②不管有没有事情，时不时会拿出手机打开移动社交媒体查看，生怕错过重要的信息；③在微信等移动社交媒体上发布动态后反复频繁地查看，第一时间了解别人的看法。然后，选择至少符合以上 3 种关键行为特征之一的移动社交媒体用户作为受访者进行深度

访谈;在准备正式访谈时,提前预约受访者,以确保其有充足时间进行深入交流。

(2)确定受访者与访谈方式。《2016 年中国社交应用用户行为研究报告》显示,从社交用户的年龄结构来看,30 岁以下用户占 52.1%,青少年用户是社交媒体的主体。本文邀请 26 名 30 岁以下符合以上 3 种关键行为特征之一的青少年用户作为受访者,访谈方式包括当面访谈(16 名)、电话访谈(5 名)、微信语音访谈(5 名),正式访谈时间为 2018 年 1 月 1 日到 2018 年 2 月 10 日,每名受访者接受访谈的时间约为 30 分钟,访问者在征得受访者同意的情况下对访谈进行全程录音。

在深度访谈过程中,访问者依据实际情况结合访谈提纲对访谈问题做弹性处理,不局限于提纲的访谈顺序,鼓励受访者积极参与、回忆、思考、解释和详细描述,并在访谈过程中注重对相关问题的细节进行深究,访问者录音并现场记录。

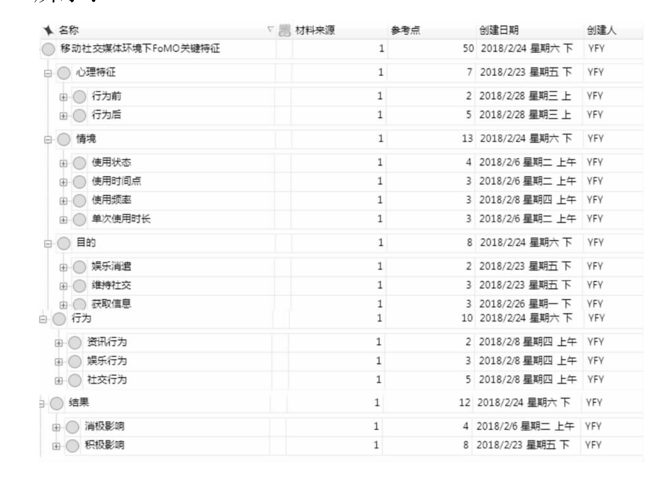
访谈结束后,用阿拉伯数字对受访者进行顺序编号,根据访谈过程中的记录和录音人工逐字、逐句地将音频资料转录为 Word 文本资料,并用受访者的编号(1－26)分别作为访谈资料的文件名。经过对信息资料初始编码和分析后,提取涉及研究主题的关键事件,并就这些关键事件对受访者进行纵深式回访,每位受访者平均受访 2.5 次,将回访收集的信息资料重新整理到受访者的资料中。

3.2.2　资料编码与分析　将整理好的 Word 文本资料规范化后导入在线词频分析工具(http://www.cncorpus.org/)和 NVivo 11 软件,采用扎根理论编码的方法对文本资料按照初始编码、聚焦编码、轴心编码和理论编码的顺序进行逐级编码。研究者利用 NVivo 11 软件对第 22 名受访者资料进行编码时没有出现新的自由节点,进而继续对第 23 至 26 位受访者资料进行编码,均没有出现新的可作为自由节点的编码,表明数据已经达到饱和[28]和受访者人数符合要求。

(1) 初始编码(又称开放式编码)。逐词和逐句分析访谈资料,并对访谈资料的每个实词或句子进行标准化命名,然后利用在线词频分析工具对初始编码后的文本资料进行词频分析,形成初始代码表,为进一步编码提供指引。

(2)聚焦编码。在初始编码和词频分析的基础上,结合研究主题和访谈数据对重要的或出现频繁的初始代码进行筛选,找出能充分代表访谈资料的代码。对初始代码进行筛选后共找到与 FoMO 相关的重要代码 50 个,其中情境包含 13 个代码、目的包含 8 个代码、行为包含 10 个代码、结果包含 12 个代码、心理包含 7 个代码,在 NVivo 11 软件中将这些代码标记为自由节点。

(3)轴心编码。在聚焦编码中发现的 50 个代码间寻找关联,将这些代码归纳为数量更少、层次更高的概念。在 NVivo 11 软件中将情境、目的、行为、结果和心理作为一级树节点,经过反复比较辨析后结合研究主题和访谈资料建立 14 个二级树节点,将聚焦编码中标记的 50 个自由节点根据内容归入各个二级树节点(此处参考点为树节点所包含的自由节点数),具体如图 1 所示:



| 名称 | 材料来源 | 参考点 | 创建日期 | 创建人 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 移动社交媒体环境下FoMO关键特征 | 1 | 50 | 2018/2/24 星期六 下 | YFY |
| 心理特征 | 1 | 7 | 2018/2/23 星期五 下 | YFY |
| 行为前 | 1 | 2 | 2018/2/28 星期三 上 | YFY |
| 行为后 | 1 | 5 | 2018/2/28 星期三 上 | YFY |
| 情境 | 1 | 13 | 2018/2/24 星期六 下 | YFY |
| 使用状态 | 1 | 4 | 2018/2/6 星期二 上午 | YFY |
| 使用时间点 | 1 | 3 | 2018/2/6 星期二 上午 | YFY |
| 使用频率 | 1 | 3 | 2018/2/8 星期四 上午 | YFY |
| 单次使用时长 | 1 | 3 | 2018/2/6 星期二 上午 | YFY |
| 目的 | 1 | 8 | 2018/2/24 星期六 下 | YFY |
| 娱乐消遣 | 1 | 2 | 2018/2/23 星期五 下 | YFY |
| 维持社交 | 1 | 3 | 2018/2/23 星期五 下 | YFY |
| 获取信息 | 1 | 3 | 2018/2/26 星期一 下 | YFY |
| 行为 | 1 | 10 | 2018/2/24 星期六 下 | YFY |
| 资讯行为 | 1 | 2 | 2018/2/8 星期四 上午 | YFY |
| 娱乐行为 | 1 | 3 | 2018/2/8 星期四 上午 | YFY |
| 社交行为 | 1 | 5 | 2018/2/8 星期四 上午 | YFY |
| 结果 | 1 | 12 | 2018/2/24 星期六 下 | YFY |
| 消极影响 | 1 | 4 | 2018/2/6 星期二 上午 | YFY |
| 积极影响 | 1 | 8 | 2018/2/23 星期五 下 | YFY |

图 1　移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键特征结构

经过轴心编码后,树节点与自由节点之间的逻辑关系已经基本形成,各树节点所包含自由节点的详细情况见下文的表 1 至表 5。

(4)理论编码。不同 FoMO 程度的用户会因不同目的产生不同的使用情境和具体行为特征,进行特定行为后又会呈现不同的心理特征和结果,如 FoMO 程度高的用户为了维持社交或获取信息,会在忙于工作/学习的过程中抽空频繁查看移动社交媒体,具体行为以社交和资讯为主,查看后往往因为降低了工作效率或影响了专注度而感到后悔,但由于 FoMO 的控制能力弱,还是会反复查看;同时,不同的行为目的会产生不同的使用情境和心理特征。

综上所述,在轴心编码形成的关键特征结构图基础上,将情境、目的、行为、结果和心理 5 个维度之间所存在的内在关联系统梳理后,形成移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键维度影响模型,如图 2 所示:

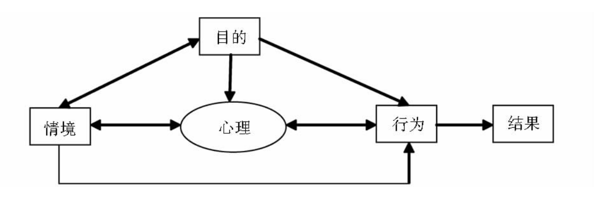



图 2 移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键维度影响模型

## 4 数据分析与特征提取

为了准确统计自由节点的出现频次，利用 NVivo 11 软件和在线词频分析工具共同对自由节点进行词频统计（1－26 为受访者编号，出现频次统计的是自由节点在该一级树节点下的出现次数），具体见表 1 至表 5。

### 4.1 情境——移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键背景特征

用户使用移动社交媒体的情境特征主要包括使用状态、使用时间点、使用频次和单次使用时长 4 个方面，直接反映用户对 FoMO 的控制能力。相关节点的具体情况如表 1 所示：

表 1 "情境"的相关特征数据统计结果

| 二级树节点 | 自由节点 | 出现频次（参考点） | 材料来源数 | 材料来源列表 |
|---|---|---|---|---|
| 使用状态(4) | 学习/工作 | 27 | 14 | [1－8,12,15,17,22,23,25] |
| | 娱乐 | 28 | 22 | [1－12,14,16－23,26] |
| | 休息 | 32 | 24 | [2－23,25－26] |
| | 生活间隙 | 35 | 25 | [1－19,21－26] |
| 使用时间点(3) | 需要使用时 | 18 | 12 | [7－12,15－18,20,21] |
| | 方便使用时 | 28 | 23 | [1－16,18－24] |
| | 抽空使用 | 37 | 18 | [1－8,10－16,18,19,20] |
| 使用频次(3) | 一直在线 | 7 | 5 | [3－8] |
| | 频繁使用 | 41 | 23 | [1－16,18－24] |
| | 偶尔使用 | 5 | 3 | [17,25,26] |
| 单次使用时长(3) | 10 分钟以下 | 29 | 20 | [1－12,17－24] |
| | 10－30 分钟 | 5 | 15 | [1－10,13－16,25] |
| | 30 分钟以上 | 1 | 9 | [2－7,22,23,26] |

通过分析访谈资料发现关键情境特征共 13 个：①使用状态包含 4 个关键特征，不同状态下使用移动社交媒体反映用户的 FoMO 程度不同，如在工作/学习/生活间隙中频繁查看移动社交媒体明显比在休息/娱乐过程中频繁查看的用户 FoMO 程度高；②使用时间点包含 3 个关键特征，FoMO 程度的排序为：抽空使用 > 方便使用时使用 > 需要使用时使用；③使用频次包含 3 个关键特征，一直在线与频繁使用的用户比偶尔使用的用户 FoMO 程度高；④单次使用时长包含 3 个关键特征，受使用状态与具体行为影响，与 FoMO 程度的关系有待进一步分析。

### 4.2 目的——移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键原因特征

用户使用移动社交媒体的目的主要包括娱乐消遣、维持社交和获取信息三方面，反映的是用户产生 FoMO 的内在原因。相关节点的具体情况如表 2 所示：

表 2 "目的"的相关特征数据统计结果

| 二级树节点 | 自由节点 | 出现频次（参考点） | 材料来源数 | 材料来源列表 |
|---|---|---|---|---|
| 娱乐消遣(2) | 从众 | 18 | 15 | [9－16,18－24] |
| | 打发时间 | 33 | 19 | [3－10,12－22,24] |
| 维持社交(3) | 展示自己 | 23 | 13 | [1－8,10－12,15,18] |
| | 联络感情 | 35 | 20 | [1－12,13－18,19,22] |
| | 了解他人 | 40 | 26 | [1－26] |
| 获取信息(3) | 了解社会 | 28 | 22 | [1－20,22,24] |
| | 学习知识 | 17 | 8 | [3－5,8,10,13－15] |
| | 获取新闻资讯 | 25 | 19 | [1－16,18－19,21] |

通过分析访谈资料发现关键目的特征 8 个：①娱乐消遣包含 2 个关键特征，用户使用移动社交媒体进行娱乐消遣有的是为了从众，有的是为了打发时间；②维持社交包含 3 个关键特征，用户使用移动社交媒体维持社交有的是为了展示自己，有的是为了了解他人，有的是为了联络与他人的感情；③获取信息包含 3 个关键特征，用户使用移动社交媒体获取信息是为了全面了解社会、及时学习知识和获取新闻资讯等。不同的目的会体现出不同的使用情境特征和不同的行为特征，行为目的与 FoMO 程度的关系需结合特定的情境特征和行为特征综合考虑。

### 4.3 行为——移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 的关键行为特征

用户使用移动社交媒体的具体行为相应包括娱乐、社交和资讯三类，能够直接反映移动社交媒体环境下 FoMO 用户害怕错失的具体内容，相关节点的具体情况见表 3。

通过分析访谈资料发现关键行为特征 10 个：①娱乐行为包含 3 个关键特征，使用移动社交媒体进行娱乐消遣的用户因为害怕错过最新的游戏信息、明星动态等，产生的相应行为是经常玩游戏、了解明星动态、查找音乐/视频资源等；②社交行为包含 5 个关键特征，使用移动社交媒体维持社交的用户因为害怕错过他人的信息、评论、动态和别人了解自己的机会等，产生的相应行为是经常闲聊、发布动态、发表评论、查看

叶凤云，沈思，李君君.移动社交媒体环境下青少年用户错失焦虑症特征提取[J].图书情报工作,2018,62(17):96-103.



表3 "行为"的相关特征数据统计结果

| 二级树节点 | 自由节点 | 出现频次（参考点） | 材料来源数 | 材料来源列表 |
|---|---|---|---|---|
| 娱乐行为(3) | 玩游戏 | 13 | 8 | [2-5,13-16,20] |
| | 查看明星动态 | 5 | 3 | [11,15,22] |
| | 找音乐、视频等资源 | 11 | 5 | [8-10,13,16] |
| 社交行为(5) | 闲聊 | 37 | 21 | [1-12,14-22] |
| | 发布个人动态等 | 20 | 12 | [1-8,10-12,16] |
| | 发表评论 | 34 | 18 | [2-12,14-18,19-21,24] |
| | 查看聊天信息 | 40 | 19 | [1-12,14-19,21] |
| | 查看朋友动态 | 37 | 24 | [1-22,25-26] |
| 资讯行为(2) | 浏览新闻 | 40 | 22 | [1-12,15-21,23] |
| | 浏览公众号/微博等 | 46 | 24 | [1-20,22-25] |

聊天信息和查看朋友圈动态等；③资讯行为包含2个关键特征，使用移动社交媒体获取信息的用户因为害怕错过最新的新闻资讯、知识观念等，产生的相应行为是经常浏览新闻、公众号和微博等。不同行为呈现不同的情境特征，具体行为与FoMO的关系也需结合特定的使用情境和行为结果综合考虑。

### 4.4 结果——移动社交媒体环境下FoMO对青少年用户的关键影响特征

结果体现了移动社交媒体FoMO对用户产生的积极影响和消极影响，相关节点的具体情况如表4所示：

表4 "结果"的相关特征数据统计结果

| 二级树节点 | 自由节点 | 出现频次（参考点） | 材料来源数 | 材料来源列表 |
|---|---|---|---|---|
| 消极影响(4) | 浪费时间 | 41 | 22 | [1-14,16-23] |
| | 影响专注度 | 37 | 20 | [1-15,17-19,21,23] |
| | 降低工作/学习效率 | 32 | 17 | [1-10,13-17,19,22] |
| | 削弱面对面交流效果 | 13 | 8 | [2-5,8-9,12,20] |
| 积极影响(8) | 沟通效率提高 | 15 | 9 | [3-7,10-12,15] |
| | 交际圈扩大 | 30 | 17 | [2-6,8-17,20,22] |
| | 交流增加 | 40 | 22 | [1-12,14-18,20-24] |
| | 信息量增大 | 50 | 26 | [1-26] |
| | 开阔思维 | 19 | 11 | [3-6,8-12,17,19] |
| | 更全面展示自己 | 22 | 13 | [2-6,9-12,15-17] |
| | 更全面了解他人 | 37 | 20 | [1-12,15-16,18-20,22-23] |
| | 更全面了解社会 | 39 | 21 | [1-12,14-20,22,24] |

通过分析访谈资料发现关键目的特征12个：①消极影响包含4个关键特征，频繁使用移动社交媒体对用户产生的消极影响包括浪费时间、影响专注度、降低工作/学习的效率和削弱面对面交流效果等，其影响程度与FoMO的严重程度正相关；②积极影响包含8个关键特征，频繁使用移动社交媒体对用户产生的积极影响包括提高沟通效率、增加交流、扩大交际圈、增大信息量、开阔思维、更全面地展示自己、了解他人和了解社会等，其影响程度与FoMO的严重程度有密切关系，具体的影响机理有待进一步研究。

### 4.5 移动社交媒体环境下青少年用户FoMO的关键心理特征

用户在使用移动社交媒体的行为前后呈现完全不同的心理特征，即移动社交媒体环境下FoMO的心理特征并非简单地表现为焦虑，相关节点的具体情况如表5所示：

表5 "心理"的相关特征数据统计结果

| 二级树节点 | 自由节点 | 出现频次（参考点） | 材料来源数 | 材料来源列表 |
|---|---|---|---|---|
| 行为前心理(2) | 无聊 | 44 | 21 | [5,9-20,22-26] |
| | 焦虑 | 38 | 23 | [1-16,18-24] |
| 行为后心理(5) | 郁闷 | 30 | 17 | [1-12,14-16,20,22] |
| | 后悔 | 22 | 13 | [1-8,10-13,15] |
| | 满足 | 15 | 8 | [6-9,14,16-18,21] |
| | 安心 | 27 | 15 | [1-8,10-12,15-18] |
| | 激励 | 13 | 12 | [9-12,14-17,22-26] |

通过分析访谈资料发现关键心理特征7个：①行为前包含2个关键心理特征，用户在使用移动社交媒体前的心理主要呈现出无聊和焦虑特征，无聊是焦虑的初期心理特征，属于浅焦虑状态；②行为后包含5个关键心理特征，用户在使用社交媒体后会因FoMO程度、情境及个人性格特征不同而出现不同的心理特征，如有些用户因为焦虑在工作/学习过程中频繁查看移动社交媒体降低了工作/学习效率而感到郁闷和后悔，而有些用户因为及时查看移动社交媒体获取了重要信息而感到满足与安心，行为后心理特征与FoMO的关系需要结合具体行为及行为结果综合考虑。

### 4.6 FoMO关键特征小结

心理学领域对手机依赖的界定首先强调对手机的过度使用，其次强调这种过度使用所带来的后果[29]，学者们所编制的用于实测的手机依赖量表也多从依赖程度和后果等方面共同判定用户的手机依赖严重程度[30-31]。目前已有的移动社交媒体FoMO量表皆为

图书情报工作
第 62 卷 第 17 期 2018 年 9 月

了研究目的而设计,侧重于从心理状态和行为表现方面进行测度,对能直接反应移动社交媒体 FoMO 程度的使用情境和行为结果缺乏关注,即对情境、目的、行为、结果与心理等特征的综合性考虑不够。

通过以上分析说明可以看出,存在 FoMO 问题的青少年用户使用移动社交媒体呈现出多样性的特征,从情境、目的、行为、结果与心理 5 个维度共提取出 50 个关键特征。所提取的特征与已有移动社交媒体 FoMO 量表的题项相比更直观、全面和有针对性,更符合实测量表的设计要求,从而能够对已有的移动社交媒体 FoMO 量表进行有效补充和修正。

## 5 结论与展望

智能手机的发展、移动互联网的普及和新兴移动社交媒体的不断推陈出新使得青少年用户能够随时随地获取丰富的信息和进行多元的社交活动,FoMO 问题从原先的个体现象逐步演化为一种广泛存在的社会症候群,FoMO 问题也因而被进一步加剧和催化,逐渐引起了社会大众的关注和研究人员的重视。笔者从情境、目的、行为、结果和心理 5 个维度提取出移动社交媒体青少年用户 FoMO 的关键特征,为未来构建稳健的能够实际测度移动社交媒体环境下青少年用户 FoMO 程度的量表建立了基础。

作为数字原住民的青少年用户与作为数字移民的中老年用户相比具有以下独特的特性:①对各类新兴社交媒体有更强的易感性,学习使用新兴社交媒体的能力更强;同时由于自身的价值观等尚未完全形成,更易受移动社交媒体影响的同时也更具有教育与引导的必要。②使用移动社交媒体的情境、目的、行为、结果和心理方面都存在很大差异。③青少年用户可塑性强,准确测度青少年用户的 FoMO 程度,较早对 FoMO 程度高的青少年用户进行干预和调节,避免其从移动社交媒体 FoMO 问题发展成成瘾问题更有现实意义。另外,不同年龄段的青少年用户也存在较大差异,未来将在对各个不同年龄段的青少年用户进一步细分的基础上,基于本文的研究方法和结论,通过调查和实验等方法获取数据,利用 SPSS 等统计分析软件,设计出针对不同年龄段青少年用户的、能够真正判别特定用户移动社交媒体 FoMO 程度的实测量表,为 FoMO 相关研究及解决 FoMO 引发的问题提供一定的参考。



**参考文献:**

[1] WORTHAM J. Feel like a wallflower? maybe it's your Facebook wall [EB/OL]. [2018-01-10]. http://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html.

[2] MORFORD M. Oh my god you are so missing out[EB/OL]. [2018-01-12] http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi? f=/g/a/2010/08/04/notes080410.DTL&ao=all.

[3] VANDENABEELE M, VAN R T. Fear of missing out(FoMO) as a predictor of problematic social media use among teenagers[C]//International conference on behavioral addictions. Geneva: ICBA, 2016.

[4] CHOTPITAYASUNONDH V, DOUGLAS K M. How "phubbing" becomes the norm: the antecedents and consequences of snubbing via smartphone[J]. Computers in human behavior, 2016, 63(10): 9-18.

[5] MONTAG C, ZHAO Z Y, SINDERMANN C, et al. Internet communication disorder and the structure of the human brain: initial insights on WeChat addiction[J]. Scientific reports, 2018, 8(2): 1-10.

[6] 199IT 中文互联网数据资讯中心. 英国皇家公共卫生学院:社交媒体与年轻人精神健康[EB/OL]. [2018-01-29]. http://www.199it.com/archives/601108.html.

[7] 赵宇翔, 张轩慧, 宋小康. 移动社交媒体环境下用户错失焦虑症(FoMO)的研究回顾与展望[J]. 图书情报工作, 2017, 61(8): 133-144.

[8] THOMPSON J W. Fear of missing out (FoMO) [EB/OL]. [2018-01-20]. http: //www.JWTintelligence com/production/FOMO_JWT_TrendReport_May2011.Pdf.

[9] PRZYBYLSKI A K, KOU M, DEHAAN C R, et al. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out[J]. Computers in human behavior, 2013, 29(4): 1841-1848.

[10] HATO B. Mobile phone checking behavior out of a fear of missing out: development, psychometric properties and test-retest reliability of a C-FoMO-Scal[D]. Tilburg: Tilburg University, 2013: 21-45.

[11] ALT D. College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out[J]. Computers in human behavior, 2015 (49): 111-119.

[12] ABEL J P, BUFF C L, BURR S A. Social media and the fear of missing out: scale development and assessment[J]. Journal of business & economics research (online), 2016, 14(1): 33-44.

[13] 宋小康, 赵宇翔, 张轩慧. 移动社交环境下用户错失焦虑症(FoMO)量表构建研究[J]. 图书情报工作, 2017, 61(11): 96-104.

[14] YIN F S, LIU M L, LIN C P. Forecasting the continuance intention of social networking sites: assessing privacy risk and usefulness of technology[J]. Technological forecasting & social change, 2015, 99(10): 267-272.

[15] ELHAI J D, LEVINE J C, DVORAK R D, et al. Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use [J]. Computers in human behavior, 2016, 63 (10):509－516.

[16] BEYENS I, FRISON E, EGGERMONT S. "I don't want to miss a thing" adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress [J]. Computers in human behavior, 2016, 64(11):1－8.

[17] LAI C, ALTAVILLA D, RONCONI A, et al. Fear of missing out (FoMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue [J]. Computers in human behavior, 2016, 61(8):516－521.

[18] BUGLASS S L, BINDER J F, Betts L R. Motivators of online vulnerability: the impact of social network site use and FoMO [J]. Computers in human behavior, 2017, 66(1):248－255.

[19] GIL F, DEL VALLE G, OBERST U, et al. New technologies new pathologies? the smartphone and the fear of missing out [J]. Aloma, 2015, 33(2):77－83.

[20] OBERST U, WEGMANN E, STODT B, et al. Negative consequences from heavy social networking in adolescents: the mediating role of fear of missing out [J]. Journal of adolescence, 2017, 55(2):51－60.

[21] BOGDAM R C, BIKLEN S K. Qualitative research for education: an introduction to theory and methods [M]. Boston: Allyn and Bacon, 1982:18.

[22] 杨瑞. 基于关键事件法的虚拟品牌社群顾客间互动行为研究[J]. 软科学,2017,31(3):120－124.

[23] 卡麦兹. 建构扎根理论:质性研究实践指南[M]. 边国英，译. 重庆:重庆大学出版社,2009:26.

[24] SEIDMAN I E. Interviewing as qualitative research: a guide for researchers in education and the social sciences [M]. 2nd ed. New York: Teachers College Press, 1998.

[25] QSR International Pty Ltd. What is nvivo [EB/OL]. [2018－01－31]. http://www.qsrinternational.com/nvivo/what-is-nvivo.

[26] RANDAO C, MIGUEZ J. Using NVivo to assess a program of goal-corrected empathic attunement skills: a case study in the context of higher education [J]. Universal access in the information society, 2016, 6(17):1－14.

[27] 张帅,王文韬,李晶. 用户在线知识付费行为影响因素研究[J]. 图书情报工作,2017,61(10):94－101.

[28] FRANCIS J J, JOHNSTON M, ROBERTSON C, et al. What is an adequate sample size? operational sing data saturation for theory-based interview studies [J]. Psychology and health, 2010, 25(10):1229－1245.

[29] 贾悦. 国外手机依赖研究综述[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版),2015,17(3):74－79.

[30] 姜永志,白晓丽. 大学生手机依赖量表的初步编制与应用[J]. 教育心理学杂志,2013,1(3):181－187.

[31] 熊婕,周宗奎,陈武,等. 大学生手机成瘾倾向量表的编制[J]. 中国心理卫生杂志,2012,26(3):222－225.

**作者贡献说明：**

叶凤云：负责确定选题、结构设计与论文撰写；

沈思：负责文献调研及资料分析；

李君君：负责获取访谈资料及论文修改。



## The Feature Extraction of Young Users' FoMO in Mobile Social Media Environment

Ye Fengyun[1] Shen Si[2] Li Junjun[3]

[1] School of Management, Anhui University, Hefei 230601

[2] School of Economics and Management, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing 210094

[3] School of Management, Hangzhou Dianzi University, Hangzhou 310018

**Abstract:** [**Purpose/significance**] FoMO of adolescent users has become more and more common and serious in mobile social media environment. In order to establish the foundation for building a robust and practical FoMO measurement scale in the future, the paper extracts the key characteristics of FoMO in the mobile social media environment. [**Method/process**] We obtain the original information with critical incident analysis and in-depth interview of qualitative analysis method and code the interview data with NVivo 11, then extract the key characteristics of FoMO in mobile social media environment. [**Result/conclusion**] The key features of adolescent user FoMO with 50 nodes in the mobile social media environment are extracted from the 5 dimensions of situation, purpose, behavior, result and psychology.

**Keywords:** mobile social media　adolescent user　Fear of Missing out　FoMO　feature